

**EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA
DI JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Fajar Rahardian

201310160311015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

**EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA
DI JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

Fajar Rahardian

201310160311015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

SKRIPSI


EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA DI JAWA TIMUR

Oleh :

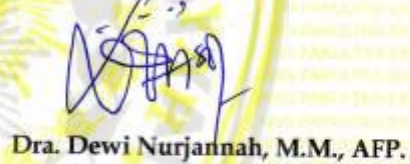
Fajar Rahardian
201310160311015

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Januari 2018

Pembimbing I,


Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,

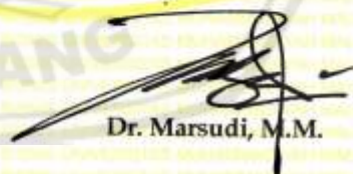

Dra. Dewi Nurjannah, M.M., AFP.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Mah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA DI JAWA TIMUR

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fajar Rahardian
NIM : 201310160311015
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Januari 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.
Penguji II : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.
Penguji III : Dra. Dewi Nurjannah, M.M., AFP.
Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idris Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Jum'at 19 Januari 2018

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : FAJAR RAHARDIAN
No. Induk : 201310160311015
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS
TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA
DI JAWA TIMUR

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Eko Handayanto, M.M.	72	
2.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	75	
3.	Dra. Dewi Nurjannah, M.M.	78	
4.	Dr. Marsudi, M.M.	78	

Nilai rata-rata : 75,75 / B+

Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

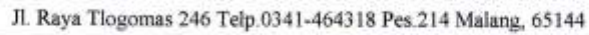
Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, 19 Januari 2018
Ketua Tim Penguji,

Dr. Eko Handayanto, M.M.

Ket: *) Coret yang tidak perlu



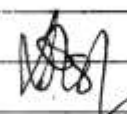






No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	Rumusan masalah.4		
2.	Uraian		2/1/18.
3	LB		
	lihat Capita -		2/2
			5/2-18.
			11/2/18

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Fajar Ratondani
NIM/IPK/Konsent : 201310160311015 / M. Pemasaran
Tgl. SK Bimbingan :
Alamat/Tlp/HP : Atum. BCT Blok G6 No. 39 / 081556683160.

Judul Skripsi : Analisis Efek Komunitas dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di Jawa Timur.

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	Pengajuan judul, Revisi judul		
8/11	Pengajuan judul		
16/11	LB, rumusan, try out sesuaikan.		
1/3	Batasan, dampak spesifik.		
	Perbaiki sistematika penulisan, kata asing cetak miring, kata sambung tidak awal kalimat. Lihat Cetak ps draft proposal.		
22/3	Revisi topik dan subtopik		
4/4	Revisi LB, rumusan, try out sesuaikan.		
14/4	Revisi LB, rumusan, try out sesuaikan.		
	Revisi LB, rumusan, try out sesuaikan.		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
12/17	Revisi Position, Revisi Judul, gunakan teori yg golong sumber nya. Penjelasan tabel dan lihat draft		
30/6/17	Revisi tulisan; penul. terdulu, kayapa piler, hipotesis dan met. penelitian		
4/6/17	Revisi nyan, sistematika penulisan, dan dapat postal lihat draft		
13/6/17	Penul. terdulu; Kayapa piler Hip 3; Sampul; Revisi dan 2 uji hip. 2 es.		
14/6/17	Sampul (terakhir) uji 1 & 2 uji 1, Sumber tabel, tabel redaksional, Sumber dan rekam- dok, Sumber reang shala? lihat draft		
27/7/17	Bisa disetorin us kunojawa Sempur		
27/7/17	Agc Sempur		
25/8/17	Struktur dan isi 2 paragraf by regulator yg dipaku		
29/8/17	Adin pendulum us indikator yg dipaku		
12/9/17	Tambahan dan 2 indikator yg dipaku		
12/9/17	functione, sumber, gambar k.p. diarsenoreng		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
12/10/17	Revisi desain perbandingan y/indikator Minat & daya tarik promosi pabukan, antara indikator?		
17/10/17	Revisi desain y/indikator Revisi Kuesioner dan Senteran		
19/10/17	Revisi y/indikator y/indikator		
20/10/17	Komunitas questionnaire Depop vanti - indikator var		
27/10/17	Revisi Kuesioner x Asosiasi y/indikator?		
29/10/17	Revisi questionnaire		
29/10/17	Revisi Kuesioner dan indikator? y/indikator		
29/10/17	Revisi Kuesioner y/indikator		
29/10/17	Cabutan PK 30 Tropis		
29/10/17	Revisi Kuesioner analisis		
29/10/17	Revisi Kuesioner analisis		
24/11/17	Cek kembali bab I & Bab III Revisi Kuesioner penulisan, Subur tabel tidak sama data primer → lampiran, analisis regresi tabel? dan p & uji t. Penulisan lagian, Survei di hat draft		
28/11/17	Revisi Kuesioner y/indikator; Revisi hasil analisis; penulisan hasil studi		
30/11/17	Bab II Kuesioner y/indikator, antara y/indikator y/indikator di hat draft		

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Rahardian

Nim : 201310160311015

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa :

1. Tugas Akhir dengan judul :

EFEK DAYA TARIK PROMOSI DAN KOMUNITAS TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA DI JAWA TIMUR. Adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur Plagiasi saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan Gelar Akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan Hak Bebas Royalti Non Exclusive

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya

Malang, 13 Februari 2018

Yang Menyatakan



Fajar

Fajar Rahardian

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa atas segala rahmat, taufiq serta hidayahnya dan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan bagi generasi yang mulia. Alhamdulillah, atas bimbingan dan dorongannya skripsi yang berjudul “Efek Daya Tarik Promosi dan Komunitas terhadap Minat Pembelian Suzuki Ertiga di Jawa Timur” ini telah terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis mendapatkan banyak saran dan ilmu yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah bersangkutan pada proses penyusunan skripsi ini. Atas segala rasa hormat dan terima kasih, penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ide dan ilmu pengetahuan yang luas atas segala anugrah-Nya. Sungguh Maha Besar atas segala keangguhan dan kekuasaan-Mu.
2. Dr. H. Fauzan M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Hj Ida Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. H Marsudi M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 serta Dra. Dewi Nurjannah, M.M., yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Uci Yuliati, M.M., selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Orang tua, Alm. Bapak dan Ibu yang selalu sabar tempat untuk bercerita dengan memberi motivasi dan tidak pernah berhenti mendoakan.

8. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen angkatan 2013 atas kebersamaannya selama kuliah khususnya kelas Manajemen A yang telah berjuang selama 4 Tahun bersama.
9. Teman kost di Bukit Cemara Tujuh Blok 1 No. 20 dan No. 39 Tlogomas sampai ketemu di kesuksesan kita di masa depan.
10. Komunitas Ertiga Mania *East Java* selaku objek dari penelitian yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi ilmu dan pengalaman.
11. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Demikian, terlalu banyak pihak yang dilibatkan dalam penulisan skripsi ini sebagai bentuk kesadaran penulis harapan dapat membuahkan hasil yang bermanfaat. Terima kasih kepada semua pihak, semoga Allah SWT memberikan kebaikan kepada kita semua.

Malang, 11 Januari 2018

Penulis,

Fajar Rahardian

DAFTAR ISI

ABSTRAKS	i
ABSTRACTS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Lokasi Penelitian	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian	32
D. Devinisi Operasional	33
E. Populasi	35
F. Sampel.....	35
G. Jenis dan Sumber Data	37
H. Teknik Pengumpulan Data	38
I. Uji Instrumen Penelitian.....	39
J. Rentang Skala.....	40
K. Pengolahan dan Analisis Data.....	41
L. Pengujian Hipotesis.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Penjelasan Penelitian.....	50
B. Gambaran Komunitas.....	50
C. Uji Instrumen.....	51
D. Karakteristik Responden	53
E. Deskripsi Variabel.....	55
F. Deskripsi Jawaban Responden dan Analisis Rentang Skala....	55
G. Analisis Data	63
H. Pengujian Hipotesis	68
I. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan promosi penjualan dengan periklanan	20
Tabel 3.1 : Keterangan Rentang Skala	41
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.2 : Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan Komunitas	53
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.5 : Distribusi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.6 : Memiliki SIM A	55
Tabel 4.7 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Advertising	56
Tabel 4.8 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Personal Selling	56
Tabel 4.9 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Public Relation	57
Tabel 4.10 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Sales Promotion	58
Tabel 4.11 : Deskripsi Rata-rata Responden Daya Tarik Promosi	58
Tabel 4.12 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kesempatan untuk Berinteraksi	59
Tabel 4.13 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Status	60
Tabel 4.14 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kesamaan Latar Belakang	60
Tabel 4.15 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kesamaan Sikap	61
Tabel 4.16 : Deskripsi Rata-rata Responden Komunitas	62
Tabel 4.17 : Deskripsi Jawaban Responden Tentang Variabel Minat Beli	63
Tabel 4.18 : Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.19 : Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.20 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.21 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.22 : Hasil Uji t	68
Tabel 4.23 : Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	70
Tabel 4.24 : Uji Kontribusi Terbesar	71

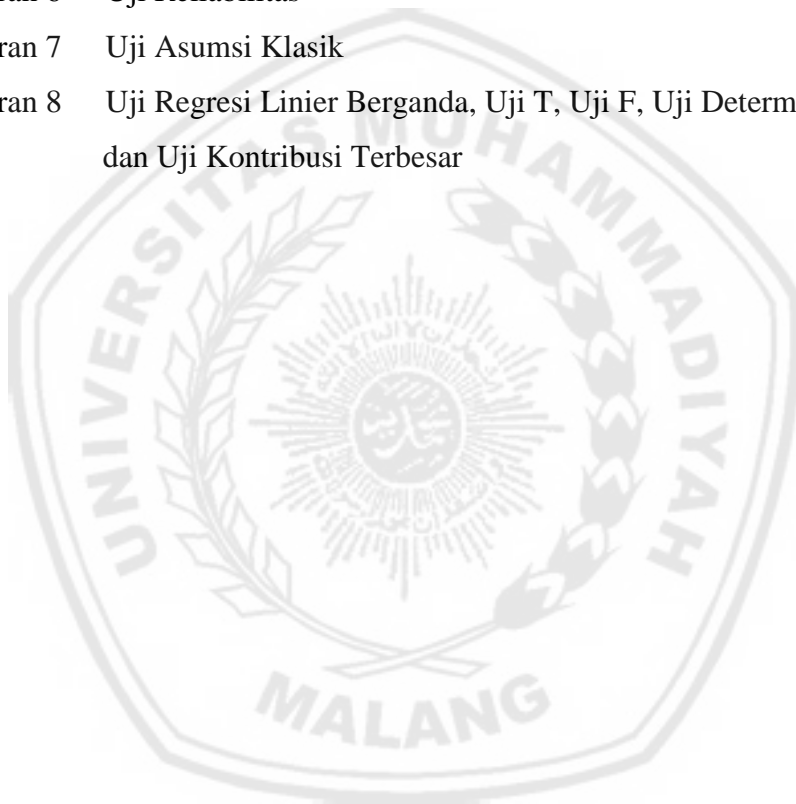
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 : Lampiran 7	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data 100 Responden
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4	Rentang Skala
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Uji Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, Uji Determinasi dan Uji Kontribusi Terbesar



DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. "Pengaruh Pendatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Money*". *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*. Universitas Brawijaya.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anwar, Prof. Dr. H. Moch. Idochi. 2009. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Dharmmesta, Basu Swastha., & T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Engel, James F., Roger D. Blackwell., & Paul W. Miniard. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariwijaya., & Triton. 2011. *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi & Tesis*. Jakarta: PT Suka Buku
- Jhonson, Carla., & Monle Lee. 2007. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kertajaya, Hermawan., Yuswohady., Dewi M., & Bembi D.I. 2003. *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1 dan Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Nilawati, Nandia Agy. 2012. "Pengaruh Atribut Produk dan Referensi Komunitas Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kafe Kopi Miring di Semarang". *Jurnal Manajemen*. Vol. 1, No. 2, halaman 92-104. Universitas Diponegoro.
- Peter, J. Paul., & Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Ramadhani, Aditia Fakhri. 2015. "Analisis Pengaruh Promosi, Efek Komunitas, Reputasi Perusahaan, Harga, dan Kopetensi Tenaga Marketing Terhadap Minat Konsumen Mengambil Kredit di PT BPR Weleri Makmur Semarang". *Jurnal Magister Manajemen*. Vol. 12, No. 1, Mei 2013, halaman 39-68. Universitas Diponegoro Indonesia
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Thoha, Miftah. 2014. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Wibowo. 2017. *Perilaku dalam Organisasi*. Depok: Rajawali Pers
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press
- Widodo. 2017. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta : Rajawali Pers
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Yunus, Hadi Sabari. 2010. *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Zikmund, William G., & Barry J. Babin. 2013. *Menjelajahi Riset Pemasaran Exploring Marketing Research*. Jakarta: Salemba Empat
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara

<https://ertigamalang.wordpress.com/2014/11/11/arti-suzuki-ertiga-lebih-mengerti-keluarga/>

<http://www.jawapos.com/read/2017/01/13/102058/tebar-racun-modifikasi-dan-kuliner>

<http://swa.co.id/swa/trends/suzuki-terus-genjot-penjualan-ertiga>

<http://industri.kontan.co.id/news/laju-jualan-mobil-suzuki-makin-melambat>

